

Tata Letak Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi

Lia Nurani ¹, Rono Kusumasmoro ^{1,*}

¹ Manajemen Administrasi; Akademik Sekretari dan Manajemen Bina Insani; Jl. Siliwangi No. 6 Rawa Panjang Bekasi Timur 17114 Indonesia; Telp.(021) 824-36-886 (021) 824-36-996. Fax. (021) 824 009 24; e-mail: lianurani20@gmail.com , rono_ka@yahoo.com

* Korespondensi: e-mail: rono_ka@yahoo.com

Diterima: 18 Mei 2017 ; Review: 25 Mei 2017; Disetujui: 1 Juni 2017

Cara citasi: Nurani L, Kusumasmoro R. 2017. Tata Letak Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi. Jurnal Administrasi Kantor. 5 (1): 107-114.

Abstrak: Tata letak adalah keadaan yang sengaja dibuat agar pengunjung dapat melihat keseluruhan isi toko dan merasa nyaman pada saat berada di dalam toko dan mendorong pelanggan untuk melakukan aktivitas berbelanja di toko. Metode penulisan ini yang digunakan adalah data primer yang datanya diperoleh dari wawancara dan melakukan tanya jawab dengan setiap karyawan yang mengetahui semua informasi tentang Farmers Market. Penulisan ini juga memberikan saran dan masukan agar pelaksanaan tata ruang di Farmers Market menjadi lebih baik dari sebelumnya. Farmers Market bisa menyampaikan konsep yang bisa disampaikan kepada pelanggan dengan baik.

Kata Kunci: Tata letak, Farmers Market, konsep tata letak.

Abstract: Layout is a state that is deliberately created so that visitors can view the entire contents of the store and at home in the store and encourage customers to perform activities of shopping in store. This writing method in use is the primary data that data collection by interview and conduct a question and answer to every employee Farmers Market which knows all information about the Farmers Market. This writing is also to provide advice and input to the implementation of the layout in the Farmers Market to be better than ever. Farmers Market can convey concepts to be conveyed to the customers well.

Keywords : Layout, Farmers Market, concepts layout.

1. Pendahuluan

Di zaman yang semakin berkembang ini banyak toko ritel baru yang mencoba mengembangkan dan memajukan usahanya di bidang yang mereka geluti. Toko ritel yang ada berlomba-lomba untuk mendirikan atau membuka cabang baru di setiap daerah atau kota yang mempunyai potensi tinggi untuk membuat usaha mereka semakin berkembang dan maju. Semakin banyak toko ritel baru yang bermunculan menuntut agar setiap toko ritel mempunyai suatu keunikan dan ciri khas yang membuat toko ritel tersebut dapat dikenal dan mempunyai tempat tersendiri dimata konsumen.

Beberapa faktor penunjang agar toko ritel mempunyai nilai lebih dan keunikan tersendiri dimata konsumen. Kualitas barang, kelengkapan barang, tata letak ruang toko, suasana toko, pelayanan dan harga merupakan beberapa faktor penunjang yang dapat

membuat suatu toko retail mempunyai keunikan dan ciri khas tersendiri dimata konsumen. Keunikan sebuah toko ritel dapat dilihat atau disajikan dalam tata letak ruang toko ritel tersebut.

Tata letak toko ritel yang baik akan menuntun konsumen dari satu departemen ke departemen lain, menuntun mereka ke setiap produk melalui penataan strategis pada tiap bagian. Semua itu dirancang khusus untuk kenyamanan maksimal kegiatan berbelanja konsumen. Tata ruang toko harus memungkinkan pelanggan untuk memutar toko dan membeli lebih banyak barang dari pada yang direncanakan. Namun, jika tata letak ruang toko terlalu rumit, pelanggan dapat merasa kesulitan untuk mendapatkan barang yang mereka cari dan memutuskan untuk tidak berbelanja di toko itu.

Tata letak toko ritel juga harus bersifat fleksibel dan harus inovatif dalam penyajian tata letak. Untuk itu para peritel dituntut untuk selalu kreatif dalam mengembangkan toko ritel yang mereka jalani. Tata letak ruang toko dapat berubah secara berkala sesuai dengan kebutuhan toko untuk membuat toko tersebut lebih menarik dan membuat konsumen lebih nyaman dalam berbelanja perubahan secara berkala juga dibutuhkan. Penyajian Tata letak setiap toko ritel berbeda- beda sesuai dengan visi misi perusahaan tersebut.

Farmers Market Grand Metropolitan Bekasi adalah toko cabang dari PT Supra Boga Lestari yang mempunyai Tata Letak berbeda dengan toko ritel pada umumnya. Farmers Market menyajikan produk segar sebagai produk unggulan toko mereka dimana produk segar tersebut diletakkan di awal atau dibagian paling depan toko. Dari uraian penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tata Letak Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi.”

2. Metode Penelitian

Tahapan yang dilakukan dalam proses penyusunan penelitian ini yaitu data primer pasif, merupakan hasil observasi yang terdiri dari beberapa laporan atau berkas yang terkait dengan tata letak Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi. Data primer aktif, merupakan hasil wawancara dengan supervisor dan beberapa karyawan yang bekerja di Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi. Data bersumber dari data-data atau *record* yang dimiliki oleh perusahaan. Adapun yang terdapat pada Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi adalah data sekunder internal yang

merupakan data yang tersedia di dalam Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi dan data sekunder eksternal yang merupakan data yang berasal dari berbagai industri di luar Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan di Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi penulis menggunakan beberapa teknik yaitu observasi untuk mendapatkan data primer pasif, melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian seperti lokasi toko, tata letak toko, proses pemasaran, dan sebagainya. Wawancara untuk mendapatkan data primer aktif, memberikan sejumlah pertanyaan kepada beberapa karyawan dan staff terkait dengan tata letak Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi. Studi Pustaka untuk mendapatkan data eksternal, didapatkan dari membaca buku perpustakaan dan sumber bacaan lainnya yang terkait dengan tata letak toko ritel.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil observasi dilakukan di Farmers Market Grand Metropolitan Mall di Bekasi yang berlokasi di Jl. KH. Noer Ali, Pekayon Jaya, Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat 17148 Jawa Barat. Farmers Market Grand Metropolitan Mall di Bekasi adalah perusahaan yang bergerak dibidang ritel. Farmers Market sama seperti toko ritel lainnya yang menjual bahan pangan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan akan tetapi Farmers Market lebih menonjolkan produk segar seperti buah dan sayur sebagai produk unggulan pada toko tersebut.

1). Image Toko Ritel

Untuk membuat image toko ritel yang baik Farmers Market menjual produk makanan yang berkualitas tinggi dan menjalankan standart operasional perusahaan dengan baik dan konsisten. Beberapa hal yang dilakukan Farmers Market dalam menciptakan Image Ritel dihati pelanggan yaitu :

a. Menciptakan kesan yang menyenangkan dan ramah

Dalam menciptakan suatu image ritel yang baik biasanya toko ritel mempunyai cara tersendiri untuk membuat image yang berbeda dengan toko ritel lainnya. Farmers Market mempunyai strategi dalam menciptakan image toko yang baik yaitu dengan melakukan pelayananan ramah kepada setiap pelanggan. Memberikan apa yang diinginkan pelanggan dan bersikap ramah kepada setiap pelanggan agar

pelanggan merasa senang ketika berbelanja di Farmers Market dan terkesan dengan pelayanan yang ramah di Farmers Market yang tidak didapatkan di toko ritel lainnya.

b. Memiliki teknologi yang menunjang sistem perbelanjaan

Dalam menciptakan image yang baik di mata pelanggan setiap toko ritel harus memiliki strategi masing-masing untuk menciptakan *image* tersebut. Teknologi yang menunjang dalam sebuah toko ritel juga sangat dibutuhkan untuk membuat proses berbelanja menjadi lancar dan tidak terhambat karena teknologinya yang kurang memadai. Jadi setiap toko ritel harus memperhatikan teknologi yang digunakan agar proses berbelanja menjadi lebih lancar dan nyaman.

c. Memfokuskan Perlengkapan Barang di Toko

Dalam membuat suatu image ritel yang baik maka Farmers Market memfokuskan kelengkapan barang untuk menciptakan image toko ritel yang baik. Sebuah toko ritel kelengkapan barang sangat dibutuhkan agar pelanggan merasa puas berbelanja di toko tersebut. Jika sebuah toko ritel tidak memiliki barang yang lengkap maka pelanggan akan merasa tidak puas berbelanja di toko ritel tersebut karena tidak tersedianya barang yang dicari ataupun barang yang dicarinya tidak lengkap dan mengharuskan pelanggan mencari barang tersebut di ritel lain. Tapi jika toko ritel tersebut memiliki barang yang lengkap dan sesuai kebutuhan maka pelanggan akan mempertimbangkan toko ritel tersebut sebagai toko yang lengkap dan mempertimbangkan untuk kembali berbelanja di toko tersebut.

2). Tujuan Perencanaan Tata Letak

Tujuan dari perencanaan tata letak Farmers Market adalah untuk membuat toko lebih menarik dari toko ritel yang lainnya dan membuat pelanggan menjadi mudah mencari barang yang mereka butuhkan sehingga mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian. Farmers Market mempunyai tujuan menciptakan kesan yang berbeda dari toko ritel lainnya karena menampilkan produk buah dan sayur sebagai produk unggulan dan diletakkan di area utama toko. Sehingga Farmers Market mempunyai kesan dan keunikan tersendiri dibandingkan toko ritel lainnya dan mempunyai nilai lebih tersendiri di hati pelanggan. Untuk itu Farmers Market memiliki beberapa tujuan dalam perencanaan Tata Letaknya.

3). Rancangan Harus Sesuai Kesan dan Strategi

Rancangan tata letak Farmers Market sesuai dengan kesan dan strategi maksudnya adalah rancangan tata letak Farmers Market dapat menyampaikan kesan dan strategi yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada setiap pelanggan sesuai dengan logo Farmers Market yaitu *fresh* dan *friendly*. Rancangan toko dibuat semenarik mungkin dengan menciptakan kesan yang ramah dalam toko tersebut dan menyajikan barang yang segar dibagian utama toko tersebut agar pelanggan merasa lebih terkesan jika masuk ke Farmers Market dibandingkan toko ritel lainnya.

4). Rancangan Memengaruhi Perilaku Konsumen Positif

Rancangan Tata Letak Farmers Market yang dibuat dapat mempengaruhi perilaku konsumen positif. Apabila pelanggan merasa nyaman dalam sebuah toko ritel pelanggan tersebut akan betah berada di dalam toko tersebut dan menghabiskan waktu di toko tersebut. Kesempatan ini memungkinkan pelanggan melakukan lebih banyak kegiatan berbelanja di toko tersebut.

5). Rancangan Bersifat Fleksibel

Rancangan Farmers Market bersifat fleksibel, maksud dari tujuan rancangan ini adalah membuat Tata Letak toko tidak membosankan untuk pelanggan. Tata Letak juga harus diubah apabila rancangan terlihat sudah membosankan dan kurang cocok dipakai lagi di dalam toko tersebut. Perubahan sangat penting agar toko tidak terlihat membosankan dan selalu mengalami perubahan agar pelanggan tidak merasa bosan jika berkunjung ke toko tersebut. Tetapi terlalu banyak perubahan juga tidak baik karena pelanggan akan merasa tidak nyaman terhadap perubahan tersebut karena terlalu sering berubah rasa tertarik pelanggan juga bisa hilang terhadap rancangan toko tersebut karena terlalu sering melakukan perubahan.

6). Jenis Tata Letak

Jenis Tata Letak yang digunakan di Farmers Market adalah tata letak kisi-kisi. Jenis tata letak kisi-kisi ditujukan agar pelanggan dengan mudah mengitari seluruh sisi toko dan membuat pelanggan merasa betah berada di dalam toko. Jenis ini digunakan untuk memudahkan pelanggan dalam mencari barang yang mereka inginkan dan membuat pelanggan lebih leluasa mengitari seluruh sisi toko. Membuat pelanggan merasa nyaman berada di dalam toko dan menjadi betah berlama-lama di dalam toko dalam melakukan kegiatan berbelanja.

7). Faktor Penentu Tata Letak

Tata letak Farmers Market ditentukan oleh jenis produk dalam merancang konsep tata letak di Farmers Market. Barang diletakkan perkategori barang yang sejenis atau memiliki manfaat yang sama agar jenis barang tersebut mudah dicari dalam satu gondola. Faktor tersebut bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam mencari barang yang mereka butuhkan agar barang tersebut lebih mudah ditemukan dan pelanggan juga mudah menemukan barang pelengkap lainnya. Selain memudahkan pelanggan konsep tata letak Farmers Market juga memudahkan karyawan dalam proses bekerja agar lebih cepat selesai dalam memajang barang yang akan dijual.

8). Tata Letak Ruang Toko Ritel

Tata letak Farmers Market adalah suatu keadaan yang sengaja diciptakan agar pengunjung dapat melihat seluruh isi toko dan betah berada di dalam toko tersebut dan mendorong pelanggan untuk melakukan aktifitas perbelanjaan di Farmers Market.

4. Kesimpulan

Image toko ritel yang dibuat oleh Farmers Market adalah menciptakan kesan yang menyenangkan dan ramah kepada setiap pelanggan yang datang yang tidak bisa didapatkan di toko ritel lainnya agar Farmers Market memiliki tempat tersendiri di mata pelanggan. Memiliki teknologi yang menunjang sistem perbelanjaan agar sistem perbelanjaan lancar dan tidak terhambat dalam kegiatan perbelanjaan. Memfokuskan perlengkapan barang di toko agar pelanggan merasa puas berbelanja di toko dan ingin kembali lagi berbelanja di Farmers Market karena barangnya lebih lengkap dibandingkan toko ritel lainnya.

Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi mempunyai beberapa tujuan perencanaan tata letak diantaranya yaitu, rancangan toko yang sesuai dengan kesan dan strategi yang disampaikan oleh perusahaan kepada pelanggan sesuai dengan logo perusahaan yaitu *Fresh and Friendly* yang artinya pelayanan toko yang ramah dan kualitas barang yang segar. Hal tersebut mungkin tidak didapatkan di dalam toko ritel lainnya karna biasanya toko ritel lainnya terkesan cuek kepada pelanggan dan kualitas barang yang dimiliki juga kurang bagus.

Rancangan mempengaruhi perilaku konsumen positif yang artinya rancangan tata letak toko ritel tersebut dapat membuat pelanggan menjadi tertarik melakukan kegiatan perbelanjaan dan melakukan lebih banyak aktifitas berbelanja dari yang di rencanakan sebelumnya. Karena suasana toko yang menarik dan nyaman.

Rancangan bersifat fleksibel agar pelanggan yang datang ke toko tidak merasa jenuh atau bosan dengan tampilan toko yang monoton dan tidak ada inovasi. Untuk itu pada Farmers Market selalu menciptakan nuansa baru dan perubahan area display agar pelanggan tidak bosan ketika datang berkunjung dan selalu menemukan suasana baru ketika datang berkunjung ke Farmers Market.

Jenis tata letak Farmers Market adalah tata letak kisi-kisi yaitu tata letak dengan gondola panjang dan lorong- lorong yang ditujukan untuk membuat pelanggan mudah mencari produk yang diinginkan oleh pelanggan dan memudahkan pelanggan untuk memutar toko ritel tersebut.

Faktor penentu tata letak pada Farmers Market ditentukan oleh jenis produk barang tersebut. Produk diletakkan perkategori barang yang sejenis dan memiliki manfaat barang yang sama agar pelanggan mudah mencari dan menemukan barang yang dicari atau ingin dibeli oleh pelanggan tersebut.

Pada Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi mempunyai tujuan tata letak untuk memudahkan pelanggan dalam mengitari toko dan membuat pelanggan merasa betah berada dalam toko ritel tersebut. Tata letak juga bertujuan untuk mempengaruhi perilaku positif pelanggan.

Referensi

- Lukiastuti PD. 2011. Manajemen Operasi . Yogyakarta (ID): Caps.
- Putri DA. 2015. Tata Letak Fasilitas Produksi Continuous form pada PT. Wastu Kencana Bekasi.
- Rusdiana M. 2014. Manajemen Operasi. Bandung (ID): Pustaka Setia.
- Sunyoto D. 2015. Manajemen Bisnis Ritel. Yogyakarta (ID): Caps.
- Utami CW. 2008. Manajemen Ritel. Jakarta (ID): Salemba Empat.
- Utami CW. 2010. Manajemen Ritel. Jakarta (ID): Salemba Empat.